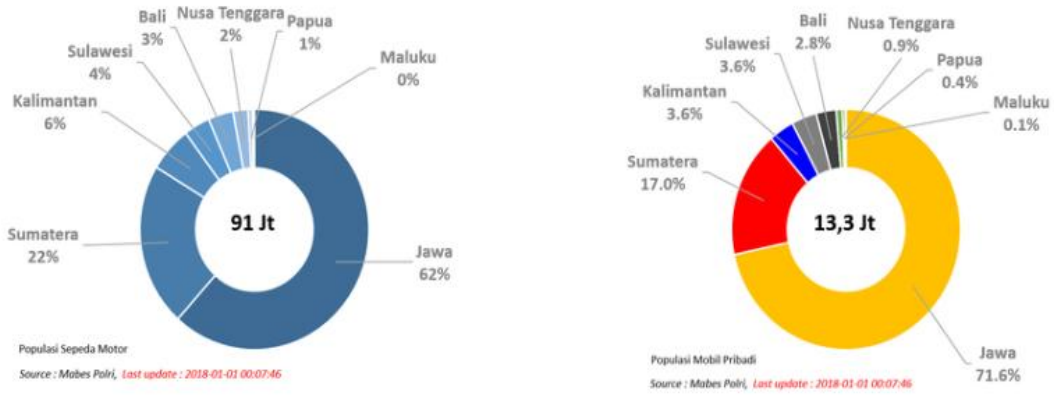
BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini dunia bisnis sudah berkembang secara pesat dimana tingkat kebutuhan masyarakat juga harus dipenuhi dalam berbagai aspek baik barang maupun jasa. Tujuan perusahaan tidak terlepas dari *customer loyalty* sebagai bentuk pencapaian dalam bentuk produk barang maupun jasa yang ditawarkan ke pelanggan yang berhasil. Loyalitas merupakan hal terpenting bagi perkembangan suatu perusahaan. Secara umum, loyalitas pelanggan telah didefinisikan sebagai sikap yang menguntungkan terhadap produk perusahaan untuk membelinya terus-menerus (Oliver, 2010; dalam Mokthar dan Yusr, 2016). Dimana loyalitas tersebut memberikan keuntungan bagi penjualan perusahaan. Pelanggan yang loyal membantu untuk mendukung posisi kompetitif perusahaan seperti pelanggan mereka cenderung kurang memperhatikan merek dan iklan pesaing (Desai dan Mahajan, 1998; Ramaseshan *et al*., 2013; dalam Mokthar dan Yusr, 2016). Loyalitas pelanggan akan menjadi keunggulan bersaing yang berkelanjutan sehingga tidak hanya dalam jangka pendek saja.

Menurut Oliver, 2010 dan Walsh *et al*., (2008; dalam Mokthar dan Yusr, 2016) mendefinisikan *customer loyalty* sebagai komitmen kuat pelanggan untuk berbelanja kembali maupun menggandakan kembali produk yang dipilih secara konsisten di masa yang akan datang, yang mengarah pada pengulangan pembelian produk yang sama, terkecuali beberapa cara pemasaran menggunakan daya tarik oleh pesaing yang mungkin menyebabkan beralih.Upaya perusahaan mendapatkan maupun menciptakan sebuah loyalitas pelanggan dibutuhkan usaha yang keras. Pelanggan yang memiliki loyal dalam dirinya akan tidak terpengaruh atau berpindah ke pesaing. Hal itu akan menggiring pelanggan pada kesetiaan pada produk hingga perusahaan. Kesetiaan pelanggan tersebut akan membuat nilai suatu produk dan perusahaan akan maju. Dengan ini, pelanggan akan menggunakan produk terus-menerus sehingga perusahaan dapat bertahan dalam bersaing.

Di Indonesia, transportasi merupakan kebutuhan masyarakat untuk menuju ke tempat yang akan dituju akan aktivitas sehari-hari. Mulai dari berangkat untuk kerja, mengantar anak sekolah, pergi ke supermarket atau pasar disekitar rumah, maupun pergi ke luar kota untuk mempersingkat waktu. Kebiasaan masyarakat Indonesia lebih menyukai mengendarai kendaraan pribadi dibandingkan kendaraan umum yang telah disediakan. Kendaraan pribadi yaitu mobil dan sepeda motor. Salah satu transportasi yang sering digunakan yaitu sepeda motor. Sepeda motor adalah kendaraan bermotor roda dua. Kelebihan dari sepeda motor sendiri itu dibandingkan kendaraan lainnya adalah lebih praktis dan lebih cepat untuk sampai ke tempat tujuan. Selain itu, sepeda motor memiliki harga yang terjangkau, irit bahan bakar, dan biaya perawatan lebih murah daripada mobil. Kemudahan untuk membeli sebuah sepeda motor sangat mudah karena adanya penawaran secara kredit dengan suku bunga rendah oleh lembaga. Seiring perkembangan sepeda motor juga banyak variasi sehingga masyarakat juga tidak hanya memiliki satu. Tiap tahun volume kendaraan semakin meningkat menyebabkan kepadatan. Oleh karena itu, sepeda motor menjadi pilihan kebutuhan transportasi yang paling dibutuhkan bagi masyarakat untuk terhindar dari kemacetan.



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pengguna Sepeda Motor di Provinsi Indonesia

Sumber: Mabes Polri

Dilihat dari grafik diatas tersebut pengguna sepeda motor di Indonesia pada tahun 2018 sebanyak 91.085.532 unit. Angka tersebut jumlah sepeda motor di Indonesia memberikan kontribusi yang sangat besar dengan persentase sebesar 82%. Penduduk Indonesia sebagian besar di pulau Jawa sehingga membuktikan dari grafik persentase paling besar di pulau Jawa dibandingkan pulau yang lain. Pulau Jawa adalah sebuah pulau yang paling padat penduduk serta banyaknya potensi bisnis yang berkembang.

NO	POLDA	MP	BUS	MB	SPD MOTOR	RANSUS	TOTAL	%
1	JAWA TIMUR	1,578,825	1,885	655,158	17,115,854	1,100	19,382,263	17.37%
2	METRO JAYA	2,944,735	30,118	566,789	13,765,308	31,480	17,358,824	15.56%
3	JAWA TENGAH	1,027,127	34,078	512,864	13,673,908	5,411	15,253,821	13.67%
4	JAWA BARAT	3,468,415	17,339	317,541	7,774,185	2,509	13,687,017	12.27%
5	SUMATERA UTARA	530,662	4,524	231,529	5,052,134	1,555	5,852,762	5.25%
6	BALI	373,658	7,481	137,861	3,210,911	722	3,730,636	3.34%
7	LAMPUNG	225,117	2,481	153,313	2,917,208	1,231	3,299,375	2.96%
8	RIAU	273,138	4,316	163,113	2,490,683	1,383	3,279,803	2.94%
9	SUMATERA SELATAN	306,260	1,868	168,727	2,751,164	7,927	3,258,425	2.92%
10	KALIMANTAN TIMUR	235,256	5,453	167,517	2,370,795	1,203	2,780,449	2.49%
11	DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA	323,884	2,312	34,198	2,178,285	436	2,539,318	2.28%
12	SULAWESI SELATAN	288,244	1,993	82,867	1,850,974	574	2,243,092	2.01%
13	SUMATERA BARAT	196,235	3,173	108,614	1,681,973	985	2,013,920	1.81%
14	JAMBI	129,369	1,488	82,351	1,690,418	783	2,005,173	1.80%
15	BANTEN	151,424	2,792	54,915	1,646,319	738	1,857,549	1.66%
16	NANGROE ACEH DARUSSALAM	100,499	3,471	49,155	1,437,354	2,566	1,593,456	1.43%
17	NUSA TENGGARA BARAT	80,380	2,334	57,025	1,382,640	473	1,522,883	1.36%
18	KALIMANTAN BARAT	67,909	547	45,627	1,366,063	474	1,481,866	1.33%
19	KALIMANTAN SELATAN	101,517	1,303	61,650	1,009,078	386	1,173,934	1.05%
20	KALIMANTAN TENGAH	67,383	429	49,303	822,681	614	940,445	0.84%
21	BENGKULU	329,902	718	41,880	541,443	192	914,144	0.82%
22	KEPULAUAN BANGKA BELITUNG	56,720	1,030	37,038	794,655	484	889,929	0.80%
23	KEPULAUAN RIAU	109,506	1,342	18,991	688,184	396	818,420	0.73%
24	SULAWESI TENGAH	41,591	549	23,930	591,673	198	659,234	0.59%
25	NUSA TENGGARA TIMUR	36,964	1,084	31,705	558,845	165	629,198	0.56%
26	SULAWESI UTARA	75,195	999	40,475	299,470	212	621,467	0.56%
27	SULAWESI TENGGARA	41,880	66	24,375	520,599	72	588,756	0.53%
28	PAPUA	31,501	832	23,467	367,492	286	423,598	0.38%
29	GORONTALO	26,845	186	12,788	105,908	179	284,719	0.26%
30	PAPUA BARAT	17,131	-	6,585	190,845	62	222,492	0.20%
31	MALUKU	10,404	128	5,749	131,946	145	148,377	0.13%
32	MALUKU UTARA	5,466	56	3,777	106,537	31	115,894	0.10%
33	SULAWESI BARAT	-	-	-	-	-	-	0.00%
	TOTAL	13,253,142	136,375	3,970,877	91,085,532	64,972	111,571,239	

Jumlah Kendaraan per Provinsi, Last update 1 Januari 2018

Gambar 1.2 Rincian Jumlah Pengguna Kendaraan per Provinsi Tahun 2018

Sumber: Mabes Polri

Pengguna sepeda motor yang terbesar berada di Provinsi Jawa Timur. Gambar Grafik 1.2 diatas menunjukkan Provinsi Jawa Timur pengguna sepeda motor peringkat ke-1 sebanyak 17.115.854 unit atau 17,37%. Khususnya di Kota Surabaya sebagai tingkat pertama transportasi pada sepeda motor sebesar 1.655.891 unit. Surabaya merupakan kota Terbesar di Provinsi Jawa Timur. Tentunya padatnya penduduk sehingga pengguna kendaraan juga banyak terutama sepeda motor. Jumlah penggunaan sepeda motor yang semakin banyak dibutuhkan kesadaran akan setiap elemen-elemen yang ada di sepeda motor tersebut.

Dengan penggunaan sepeda motor yang seiring meningkat digunakan maka kebutuhan akan ban sepeda motor juga penting selain mesin. Ban adalah bagian yang menjadi dasar kendaraan yang bersentuhan langsung dengan jalan. Ban terbuat dari karet alam dan karet sintetis. Sepeda motor dapat bergerak maju dan mundur karena adanya gaya gesek antara ban dan jalan. Jika tidak adanya ban maka sebuah kendaraan sepeda motor tidak dapat digunakan. Kewaspadaan akan ban penting saat dikendarai melintasi jalan. Ban dapat terjadi kerusakan yang disebabkan kondisi permukaan jalan, kurangnya perhatian dari pengguna atau dapat disebut *human error*, serta pengaruh cuaca. Dimana kondisi infrastruktur jalan seperti terkikis, tidak rata, berlubang, berbatu, dan sebagainya. *Human error* terjadi ketika seorang pengendara tidak fokus, tidak memperhatikan kondisi ban sebelum dikendarai, kurangnya merawat ban karena setidaknya kurang dari 1 tahun ban harus diganti, membawa kelebihan muatan, tekanan angin kurang tepat. Ini menjadi hal yang penting untuk diperhatikan sebagai pengguna sepeda motor. Kerusakan yang terjadi berupa sobekan pada tapak ban atau bagian lapisan luar sehingga ban dikatakan bocor, aus pada permukaan ban, tingkat usia ban dan daya tarikan ban berkurang. Pemilihan ban juga merupakan kunci utama untuk kenyamanan berkendara dan membutuhkan perawatan agar tahan lama selama digunakan.

Maxxis adalah perusahaan ban terbesar di dunia yang menduduki peringkat sembilan. Maxxis sudah berdiri sejak tahun 1967 berasal dari Taiwan. Ban Maxxis sudah tersebar lebih dari 180 negara Asia-Pasifik, Timur Tengah, Eropa,

dan Amerika. Pabrik Ban Maxxis berada di China, Vietnam, dan Thailand. Maxxis Indonesia dengan pabrik terbarunya berlokasi di Cikarang, Jawa Barat bernilai investasi lebih dari 400 juta Dollar Amerika Serikat. Ban kendaraan yang diproduksi Maxxis terdiri dari mobil, sepeda motor, truk, dan bus. Maxxis Indonesia memproduksi ban kendaraan roda dua dan roda empat yang telah disesuaikan dengan permintaan pasar Indonesia untuk kebutuhan dari berbagai jenis kendaraan dan pengendara. Ban sepeda motor Maxxis dibagi menjadi empat yaitu *sport, off road, scooter* dan *moped* (sumber:www.maxxis.id/tire-category /motorcycle/).

Ada dua jenis ban Maxxis yang diproduksi ban *tubetype* dan ban *tubeless* (sumber:www.maxxis.id/tire-category/motorcycle/). Ban *tubetype* merupakan ban yang memiliki ban dalam. Kelebihan ban *tubetype* aman di permukaan jalan yang tidak rata, cocok pada *velg jari-jari*, harga lebih murah dibandingkan ban *tubeless*, tetapi mudah terjadi ban bocor. Ban *tubeless* tidak memiliki ban dalam sehingga hanya terdapat satu bagian saja yang dapat dikatakan sebagai *2in1* dan hanya bisa digunakan *velg racing*. Keunggulan ban *tubeless* lebih tahan lama, lebih terasa padat, dan daya cengkram kuat serta stabil. Selain dari dua jenis ban tersebut Maxxis juga memproduksi ban dalam untuk memenuhi dan melengkapi karena adanya ban *tubetype*.

Seorang konsumen untuk menjadi loyalitas terhadap produk adanya pengaruh dari sebuah kepuasan. Menurut Kotler dan Amstrong (2012; dalam Razak dkk, 2016) *customer satisfaction* adalah seberapa besar anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Kepuasan dapat tercipta apabila seorang konsumen merasakan senang terhadap produk yang dibeli. Selain itu, pelanggan merasakan produk memiliki manfaat yang lebih setelah dibandingkan maupun sesuai yang diharapkannya. Semakin kepuasan yang diperoleh tinggi membuat pelanggan tidak kecewa sehingga akan memiliki rasa percaya dan yakin akan produk tersebut. Kepuasan pelanggan dapat ditentukan dari *product quality* dan *price perception* yang diinginkan serta diharapkan pelanggan.

Khan dan Ahmed., (2012; dalam Razak.dkk, 2016) menyatakan bahwa kualitas produk adalah aspek yang bermanfaat dalam kebahagiaan pelanggan.

Product Quality adalah aspek penentu utama dalam sebuah produk untuk dapat dikatakan produk yang berkualitas. Pelanggan akan menilai kualitas produk tersebut dari segi apapun. Produk yang yang berkualitas akan dinilai positif apabila memiliki kekuatan dan manfaat yang lebih. Kelebihan yang ban Maxxis adalah sebagai berikut:

1. Terbuat dari karet sintetis sehingga lebih tahan lama dibanding karet alam.
2. Daya cengkram yang kuat sehingga aman saat permukaan jalan basah di musim hujan.
3. Desain ban yang sangat baik untuk pengendalian dan stabilitas dalam kecepatan tinggi.
4. Harga yang terjangkau jika dibandingkan dengan pesaing kelasnya.
5. Rasa saat digunakan lebih empuk.

Dari segi kelebihan ban Maxxis sendiri dengan pesaing cukup menarik minat konsumen untuk berpindah dari ban yang sebelumnya. Pesaing internasional yang sudah lebih menduduki seperti Bridgestone, Michellin, dan Pirelli. Untuk pesaing nasional yang ada yaitu Federal, IRC, Corsa, Mizzle, Aspira, Blackstone, dan lainnya. Perusahaan Maxxis ini menonjolkan kualitas produk serta harga yang diberikan lebih murah dari pada pesaing dikelasnya. Didukung juga dengan *trend* sepeda motor cc besar seperti Yamaha Nmax, Yamaha Aerox, Honda PCX, Honda ADV-150 untuk menarik pasar ban Maxxis saat ini. Pada tahun 2019, dibuktikan dengan acara "*Maxxis Journey 3000 KM Ride for Adventure*" untuk menguji ketahanan dari ban Maxxis tersebut. Ini membuat konsumen semakin tertarik untuk membeli ban Maxxis. Hal itu akan mendorong minat pembeli ban Maxxis yang semakin meningkat serta menguji kualitas ban Maxxis tersebut sehingga loyalitas akan tercipta.

Ehsani (2015) menyimpulkan bahwa harga bisa digunakan sebagai sumber daya untuk meningkatkan laba serta kepuasan konsumen. Persepsi harga konsumen tergantung pada harga referensi internal yang didasarkan pada pengalaman masa lalu yang bertindak sebagai harga referensi untuk rangsangan

saat ini (Thaler, 1985; Kalyanaram dan Winer, 1995; dalam Janiszewski dan Lichtenstein, 1999). *Price perception* yang sesuai akan membuat nilai lebih minat konsumen terhadap produk. Tingkat positif *price perception* yang didapat akan memberikan pengaruh yang positif juga. Harga yang ditawarkan oleh Maxxis mulai dari Rp 180.000 hingga Rp 500.000 untuk ban *tubeless,* Rp 130.000 hingga Rp 220.000 untuk ban *tubetype,* dan Rp 29.000 hingga Rp 35.000 untuk ban dalam. Keterbatasan pada *budget* tetapi ingin kualitas produk kelas atas menjadikan ban Maxxis sebagai pilihan solusi pada *customer*. Dengan hal tersebut faktor kepuasan pelanggan akan *product quality* dan *price pereception* akan memberikan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan sehingga hubungan pelanggan dengan perusahaan akan semakin terikat.

Untuk dapat mengetahui bagaimana kepuasan terhadap produk ban sepeda motor merek MAXXIS yang memiliki *product quality* dan *price perception* yang bersaing sehingga nantinya akan menyebabkan pengguna tersebut loyalitas, maka dari itu perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini diberi judul "Pengaruh *Product Quality* dan *Price Perception* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada ban sepeda motor merek MAXXIS di Surabaya."

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Product Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada ban sepeda motor merek MAXXIS di Surabaya?
2. Apakah *Price Perception* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada ban sepeda motor merek MAXXIS di Surabaya?
3. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada ban sepeda motor merek MAXXIS di Surabaya?
4. Apakah *Product Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada ban sepeda motor merek MAXXIS di Surabaya?

5. Apakah *Price Perception* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada ban sepeda motor merek MAXXIS di Surabaya?
6. Apakah *Product Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada ban sepeda motor merek MAXXIS di Surabaya?
7. Apakah *Price Perception* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada ban sepeda motor merek MAXXIS di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menguji pengaruh *Product Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada ban sepeda motor merek MAXXIS di Surabaya.
2. Menguji pengaruh *Price Perception* terhadap *Customer Satisfaction* pada ban sepeda motor merek MAXXIS di Surabaya.
3. Menguji pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada ban sepeda motor merek MAXXIS di Surabaya?
4. Menguji pengaruh *Product Quality* terhadap *Customer Loyalty* pada ban sepeda motor merek MAXXIS di Surabaya.
5. Menguji pengaruh *Price Perception* terhadap *Customer Loyalty* pada ban sepeda motor merek MAXXIS di Surabaya.
6. Menguji pengaruh *Product Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada ban sepeda motor merek MAXXIS di Surabaya.
7. Menguji pengaruh *Price Perception* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada ban sepeda motor merek MAXXIS di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Akademis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensibagi yang melakukan penelitian, khususnya yang berkaitan dengan variabel *product quality, price perception, customer satisfaction.* dan *customer loyalty*.

2. Manfaat Praktis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dan pelaku usaha yang berhubungan dengan *product quality, price perception, customer satisfaction.* dan *customer loyalty*.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematis sebagai berikut:

BAB 1. PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini tentang landasan teori yang terdiri dari *product quality, price perception, customer satisfaction* dan *customer loyalty*, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, kerangka penelitian, dan kerangka konseptual.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, serta analisis data.

BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis data dan pembahasan penemuan penelitian.

BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Bab ini membahas mengenai simpulan yang merupakan simpulan dari hasil pengujian hipotesis dan saran yang mungkin akan bermanfaat bagi manajemen ban Maxxis di Surabaya.